PROYECTO PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA LIBRERÍA ADVENTISTA SEHS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

María Belén Aguilar Sinche[1], Javier Burgos Yambay[1], María Elena Murrieta[2]

[1]Ingeniero Comercial, especialización Comercio Exterior y Marketing, 2006
[2]Director de Tesis, Ingeniera Electrónica, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 1995, MBA- Pontificia Universidad Católica de Chile - Noruega, 1998, Profesor de la ESPOL desde 1999

RESUMEN

El objetivo de este proyecto fue crear un Plan de Marketing para la librería Servicio Educacional Hogar y Salud de la Misión Ecuatoriana del Sur, esta librería fue creada en el año1986, es el principal canal de distribución de los libros y revistas publicados por la Asociación Casa Editora Sudamericana de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, para todo el territorio de la Misión Ecuatoriana del Sur. Aunque las ganancias de esta entidad no son su fin último, son un medio absolutamente esencial para mantenerse en operación.

La librería ha estado en funcionamiento desde hace 20 años, sin embargo, ha experimentado un decrecimiento en los ingresos desde su punto de venta, contrario a lo que sucede con el número de miembros de iglesia tomando como base el año 2003 para ambos casos, lo cual no cumple con la misión de la librería, que es atender a los miembros de la Iglesia Adventista del Séptimo Día y comunicar mediante las publicaciones el evangelio de Dios a las personas que no lo conocen. Este trabajo muestra un análisis de los resultados obtenidos en la investigación realizada a los miembros de la Iglesia Adventista en la ciudad de Guayaquil y presenta propuestas que permitan mejorar la imagen de la librería e incrementar sus ingresos desde el punto de venta.

Abstract

The principal task of this project was to create a marketing plan for the library “Servicio Educacional Hogar y Salud”. It was created in 19986 and is the main channel for the distribution of books and magazines published by “Asociación Casa Editora

Sudamericana" of the Seven day Adventist Church for whole territory of Ecuadorian Mission from South. Therefore, incomes are not what the library is working for, but they represent an absolutely essential way to keep operating.

The library has been working since 20 years ago, although it has experimented a decrease on incomes from it sales point, this not happens with the number of members in the church talking as base the year of 2003 for both cases, which do not fit with the mision of the library, the one is focused on give attention to the members of the Seven day Adventist Church and communicate by publications its message to people that doesn't know it. This work shows the analysis of the results obtained by the research made to the members of this church on Guayaquil and gives some proposals that will rise up the image of the library and increase its incomes from the sales point.

INTRODUCCION

La librería Servicio Educacional Hogar y Salud, creada en el año1986, es el principal canal de distribución de los libros y revistas publicados por la Asociación Casa Editora Sudamericana de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, para la hermandad, para uso misionero o para el colportaje, en todo el territorio de la Misión Ecuatoriana del Sur.

El objetivo general de este proyecto de graduación fue crear un Plan de Marketing para la librería SEHS de la Misión Ecuatoriana del Sur.

Los objetivos específicos planteados en este trabajo son:

a. Analizar los gustos y preferencias de los miembros de la Iglesia Adventista en la ciudad de Guayaquil respecto a literatura cristiana.
b. Generar ideas que ayuden a mejorar la labor que realiza el CICYT.
c. Proponer un presupuesto para llevar a cabo el plan de mercadeo planteado en este trabajo.

Un Plan de Marketing es importante para una librería cristiana porque le permite realizar: un análisis del mercado mediante el cual se pueden conocer las necesidades de los clientes, y con esta información tomar decisiones óptimas que permitan su crecimiento; y le permite también estar informado acerca de las actividades y estrategias que realizan otras librerías cristianas.

Para llevar a cabo este proyecto se realizó investigación exploratoria y descriptiva, la investigación exploratoria consistió en entrevistas con los dirigentes de la librería así como con propietarios de otras librerías cristianas; la investigación de mercado a los miembros de la Iglesia Adventista en la ciudad de Guayaquil permitió establecer los gustos y preferencias respecto a la literatura cristiana, determinar el nivel de conocimiento que tienen los adventistas de la ciudad sobre la existencia de la librería así como su frecuencia de visita, y las estrategias posibles para mejorar la imagen de la librería e incrementar sus ingresos desde el punto de venta.

CONTENIDO

La Librería Servicio Educacional Hogar y Salud (SEHS) está ubicada en las calles Tulcán 901 y Hurtado de la ciudad de Guayaquil, es de propiedad de y operada por la Misión Ecuatoriana del Sur de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, fue creada hace veinte años debido a la necesidad de ofrecer a los miembros de la Iglesia Adventista del Séptimo Día libros de diferentes temas enfocados acorde a sus creencias, y también para cumplir la misión de la Iglesia Adventista; sin embargo, recién en el año 2000 se organizó administrativamente y estableció un departamento contable, personal administrativo, y una fuerza de ventas temporal (colportaje), ya que jóvenes adventistas y en especial estudiantes de Teología de los centros de educación superior adventistas de diferentes países realizan esta actividad por voluntad propia en sus vacaciones y por supuesto obtienen comisiones por sus ventas, esta actividad es muy importante para la librería ya que el ingreso anual por colportaje de los tres últimos años ha representado en promedio el 76% de las ventas totales.

La librería SEHS tiene varias líneas de productos, como: libros, revistas cristianas, discos compactos de música, camisetas. Entre ellos, la principal línea son los libros de los cuales se pueden clasificar en diferentes temas: Libros de estudio diario, Biblias, Himnarios, libros de Espíritu de Profecía, libros con temas espirituales, libros sobre salud (preventiva), libros con temas familiares. La librería también ofrece un servicio denominado *"Plan de Suscripción",* consiste en la compra por adelantado de los libros de estudio diario de todo un año, como folletos de escuela sabática, matutina, revista y el libro que el proveedor promocione en el año.

Canales de Distribución

La librería Servicio Educacional Hogar y Salud hace llegar los libros a los consumidores de diversas maneras:

1. Mediante un "Coordinador de Publicaciones" que es nombrado en cada iglesia de la ciudad de Guayaquil cada año.
2. A través de los colportores que realizan ventas de puerta en puerta llegan al público en general, es decir a personas que no pertenecen a la Iglesia Adventista del Séptimo Día.
3. Y el canal menos usual es el directo, es decir en el que los miembros de la Iglesia Adventista del Séptimo Día acuden a la librería.

ANÁLISIS SITUACIONAL

Contexto

Un privilegio del que goza esta industria es la exención del impuesto al valor agregado (IVA) a la transferencia e importación de libros, según se menciona en el artículo 54 del Código Tributario del Ecuador.

Según el Código Tributario del Ecuador las empresas sin fines de lucro como fundaciones y organismos religiosos, no son agentes de retención, es decir, no tienen la obligación de pagar el impuesto a la renta, simplemente presentar los estados financieros al Servicio de Rentas Internas.

Consumidores

Según las creencias religiosas hay dos tipos de consumidores: los adventistas del séptimo día y los consumidores que pertenecen a otra religión.

El número de miembros de la Iglesia Adventista del Séptimo Día de la ciudad de Guayaquil actualmente es de aproximadamente 14.800 de los cuales el 65% son mujeres y 35% varones, el 65% son adultos y el 35% son niños; del 65% de personas adultas el 25% son jóvenes y el 75% tiene de 36 años en adelante. La tasa de crecimiento anual es del 10.96% en promedio.

La necesidad que buscan satisfacer los consumidores adventistas es ampliar su conocimiento sobre Dios mediante libros que estén acordes a sus doctrinas religiosas, y gustan leer también sobre temas de actualidad como la crianza de los niños, la adolescencia y sus problemas, noviazgo, matrimonio, salud; enfocados desde un punto de vista cristiano.

Los consumidores no adventistas actualmente son pocos, tienen interés en obtener libros que los conduzcan a un nuevo estilo de vida en cuanto a la salud, alimentación y espiritualidad, según información de los libros vendidos por colportores.

Compañía

La mayor fuente de ingreso de la librería es la venta que realizan los colportores ocasionales, lo cual implica un nivel de riesgo a la librería, porque si en algún año los estudiantes, que son quienes realizan esta actividad, deciden ir a un país vecino el ingreso de la librería se limitaría a las ventas de los colportores permanentes y las ventas realizadas desde el local, por otro lado, las ventas de colportores ocasionales se realizan sólo durante un período del año, y como resultado la empresa no tiene liquidez permanentemente.

El comportamiento de las ventas realizadas desde el punto de venta ha tenido una variación negativa considerable de un año a otro, dando como resultado una incertidumbre en los ingresos futuros.

Competidores

La librería adventista SEHS no tiene competidores directos debido a la exclusividad que goza en la distribución de los libros adventistas en el Ecuador.

Aunque hay varias páginas web de librerías extranjeras adventistas pertenecientes a otras editoras que ofrecen mayor variedad de productos, la única competidora on line es la Asociación de Publicaciones Pacific Press, que a pesar que está en inglés también ofrece material en español.

Sin embargo, en la ciudad de Guayaquil hay varias librerías evangélicas (religión protestante) que ofrecen diversos productos que resultan interesantes para los miembros de la Iglesia Adventista del Séptimo Día. A continuación se presentan las más conocidas para los miembros de iglesia:

- Centro de Recursos Cristianos El Faro
- Palabra Viva
- Librería Génesis
- Centro de Distribuciones Bendición
- Centro de Literatura Cristiana

- Librería Bíblica El Poder Creador
- Librería Cristiana Árbol de la vida
- Librería ASOMA (Asociación de Ministerio Andinos)

Al visitar cada librería se observó que los artículos en que compiten estas librerías con el SEHS son los siguientes: Biblias, recuerdos (tarjetitas, llaveros, afiches), camisetas y respecto a los libros, los temas en que compiten son liderazgo, motivación, noviazgo y matrimonio.

ANÁLISIS COMPETITIVO

Rivalidad entre los Competidores

Como se mencionó anteriormente, la librería SEHS no tiene competidores directos, sin embargo se puede comentar sobre la rivalidad con sus competidores indirectos; y debido a la gran variedad de productos que existe en el mercado de artículos cristianos a nivel mundial unido a la diversidad de grupos que engloba la denominación cristiana - evangélica, la rivalidad entre los competidores es baja.

Proveedores

La librería SEHS es una agencia de distribución, por lo tanto tiene un único proveedor que es la Asociación Casa Editora Sudamericana, ubicada en Buenos Aires - Argentina.
Aunque la librería tiene un solo proveedor no se puede establecer que el poder de negociación del proveedor es alto, porque ambos pertenecen a la Iglesia Adventista del Séptimo Día y por lo tanto son regulados por la Junta Directiva de la División Sudamericana de la Asociación General de los Adventistas del Séptimo Día.

Bienes sustitutos

Actualmente el Internet es una de las principales fuentes de información debido a su fácil acceso, rapidez y bajo costo; estas características lo convierten en un bien sustituto de alta amenaza para las librerías y entre ellas el SEHS.

Nuevos entrantes

No existe posibilidad en el corto y largo plazo del ingreso de una nueva librería adventista debido a que la librería SEHS goza de un contrato de exclusividad en la distribución de los productos de la Asociación Casa Editora Sudamericana en el territorio ecuatoriano. Tampoco hay noticias sobre el ingreso de librerías de otras religiones protestantes.

Consumidores

El poder de negociación de los consumidores adventistas es bajo respecto a los libros de estudio diario y Espíritu de Profecía, sin embargo respecto a los libros de otros temas, afiches, camisetas y otros productos que ofrecen las librerías evangélicas, el consumidor tiene el poder de negociación ya que él decide si comprar en la librería adventista o en las librerías de otras religiones protestantes.

De igual manera ocurre con los consumidores que no pertenecen a la denominación, ellos tienen plena libertad para elegir en qué librería comprar artículos cristianos.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Objetivo

Determinar la situación actual de la librería adventista SEHS en la ciudad de Guayaquil, partiendo de un análisis de los gustos y preferencias de los consumidores actuales y potenciales de la librería, con el fin de establecer un plan estratégico de marketing que ayude a aumentar las ventas de la librería desde su local comercial.

Fuentes de información

El análisis de la información primaria se ha desarrollado de tres formas:

a. A través de entrevistas personales a la administradora de la librería, director del departamento de publicaciones de la Misión Ecuatoriana del Sur, personal de la librería y personas que se desenvuelven en el área de las librerías cristianas.
b. Se realizó un estudio de mercado mediante encuestas realizadas a miembros de la iglesia adventista de la ciudad de Guayaquil.
c. También se llevó a cabo un sondeo a los consumidores de la librería que no pertenecen a la Iglesia Adventista del Séptimo Día.

Entre los resultados de la investigación se puede mencionar que:

- El 94% de los encuestados respondió que sí le gusta la lectura cristiana.
- El número de libros promedio que leen al año es de uno a tres cuando el mínimo debe ser de cuatro a seis.

- Es considerable el número de personas que no ha tenido suscripción ya que representa el 37,7% de la muestra.
- A medida que tienen más tiempo como miembros de iglesia aumenta el uso del plan de suscripción, aunque no es algo que se cumple siempre, ya que aproximadamente el 10% de las personas que tienen más de veinte años en la iglesia no han tenido suscripción nunca. Esta situación es importante que la Iglesia solucione porque esto refleja que los miembros de iglesia no están realizando su estudio bíblico diario.
- Es relevante el porcentaje de personas que aunque tienen varios años de bautizados no han visitado nunca la librería, el motivo más reiterado es que no sabían de la existencia de la librería o no conocen donde está ubicada. Esta falta de conocimiento puede ocurrir por desinterés de las personas en las pertenencias de la organización o por falta de comunicación de la librería.
- Existe una relación positiva entre el uso del plan de suscripción y el ocupar un cargo directivo en la iglesia local.
- La frecuencia de visita a la librería más usual es una vez al año.
- En general las personas calificaron la atención como buena, de igual manera ocurrió con la ubicación.
- No se está satisfaciendo la demanda de los consumidores, ya que el 71% de las personas respondieron que a veces encuentran los artículos que desean, ello puede ser ocasionado por escasez de productos o falta de variedad en éstos.
- Los artículos que más requieren son Biblias, películas y discos compactos de música; la aceptación de los demás artículos varía según la edad.
- Las personas manifestaron que compran literatura cristiana para uso personal y para regalar.
- Las personas desean pagar los precios más bajos posibles.
- Les gustaría un ambiente con música de fondo y una cafetería con productos integrales.
- El horario de atención que les agradaría es de lunes a viernes de 08h30 a 17h30 y los domingos de 09h00 a 13h00.

Respecto a los consumidores no adventistas se realizó un sondeo con el objetivo de conocer con mayor precisión sus gustos de lectura así como su disposición a visitar la

librería, el sondeo fue realizado por los colportores a 134 personas luego de haber comprado los libros que ofrece la librería en estudio.
El resultado mostró que los temas de lectura preferidos son los de salud (34,3%), autoayuda (20,9%), cristianos (11,9%) y novelas (9%). Es considerable el nivel de preferencia por los libros sobre salud. También se les preguntó el número de libros que leen al año y una vez más se apreció el bajo nivel de lectura, característico de la cultura ecuatoriana, ya que leen manifestaron que leen de uno a dos libros en el año. El medio preferido para recibir información de los nuevos libros publicados es la visitación en los hogares (58,2%). A pesar de la respuesta a la pregunta anterior, las personas demostraron también gran disposición para visitar la librería (86,6%).

PLAN DE MARKETING

Los libros están dirigidos a fomentar la esperanza en Dios, y para ello se ofrecerán temas como la oración, fe y amor con un vocabulario diferente según la edad; y la selección de libros que se importarán debe estar en función de estos requerimientos.
La investigación realizada reveló que las personas están interesadas considerablemente en las películas y discos compactos de música por lo que se deberá tener profundidad en esta línea de productos.
Los servicios que se ofrecerán será el plan de suscripción, punto de información en los templos mediante el coordinador de publicaciones en un espacio físico adecuado, atención calificada por parte de los empleados en el punto de venta, y educación a los clientes mediante conferencias gratuitas en la librería.
Servicio adicional:

- Los clientes podrán disfrutar de una taza de café de cebada durante su visita a la librería, esto implica un gasto sólo en café y azúcar porque la librería ya cuenta con un dispensador de agua caliente y fría.
- Envoltura en papel de regalo con el logotipo de la librería a los artículos comprados, dado que un significativo número de personas señalaron en la investigación de mercado que los artículos que compran en la librería son para regalar, por ese motivo se ofrecerá este servicio.

Se recomienda tener conversaciones con los dirigentes de la Casa Editora Sudamericana para informarles sobre los requerimientos de los consumidores respecto al precio y formular una estrategia de precios integral; como por ejemplo lanzar cada año una edición económica de uno de los libros de Espíritu de Profecía, con esta estrategia se animaría a los consumidores a adquirir estos libros que en la investigación de mercado reflejaron no tener gran aceptación pero que la Iglesia los considera importantes.

Para que la promoción sea exitosa se deberá realizar una mezcla tanto de los anuncios, promociones de venta, vendedores y las relaciones públicas.

Los anuncios deberán comunicar los nuevos servicios que ofrece la librería, así como información básica como la ubicación, horario de atención, dirección comercial, teléfono y la dirección de la página web. Los medios que se utilizarán son la radio de la Organización Adventista, afiches en los templos, volantes a los miembros de iglesia y la página web.

Las promociones de venta tienen el objetivo de incentivar la compra en los meses de ventas bajas, se dará un cupón de descuento para su próxima compra a las personas que realicen compras mayores de $15.00. También en el mes de aniversario todos los artículos de la librería tendrán descuentos en función de su nivel de rotación. También se darán cupones en los que deberá poner los datos personales el cliente para participar en el sorteo de un plan de suscripción, los cupones se entregarán desde un mes antes de las conferencias gratuitas que se realizarán en la librería.

Es muy importante también que las personas que atienden en el punto de venta reciban capacitación sobre ventas y motivación; y por supuesto conozcan los productos que se ofrecen con la finalidad de brindar ayuda a los clientes.

Los eventos están unidos a la estrategia de posicionamiento de la empresa, la cual consiste en capacitar a los clientes mediante charlas acerca de los temas de su preferencia, como familia, salud, etc. Los eventos se realizarán en los meses de marzo, junio y septiembre, éste último servirá como inicio de las actividades del mes de aniversario. También se deberá estar presente en las ferias de libros que se organicen en la ciudad y entregar a los visitantes volantes que ofrezcan un 10% de descuento en la compra realizada en el punto de venta regular de la librería, de esta manera se atraerán más clientes.

CONCLUSIONES

- Dado que la librería SEHS pertenece a la Organización Adventista se la considera también como una empresa sin fines de lucro y por lo tanto tiene una ventaja importante sobre sus competidores indirectos.
- La librería no tiene competidores directos, sin embargo hay varias librerías cristianas que ofrecen diversos productos que resultan interesantes para los miembros de la Iglesia Adventista.
- En la investigación de mercados se pudo concluir que los libros de espíritu de profecía no tienen una buena acogida, la sugerencia es que se importen los libros de pasta flexible que tiene un valor más económico, y promocionar cada año un libro diferente en esta edición.
- La falta de lectura de los libros de estudio diario no es un problema sólo de la librería sino de toda la Organización Adventista, por ello se recomienda realizar una estrategia integral para incentivar el interés por la lectura.
- Se recomienda que el sueldo de las personas que pertenecen a la librería sea un complemento de la conferencia de motivación que deben recibir, para que realicen un buen trabajo.
- También se recomienda considerar el uso de tarjetas de crédito como forma de pago de los clientes, de esta manera se soluciona la mala percepción que tiene los clientes en cuanto a las opciones de pago.
- El objetivo de las promociones es: incrementar las ventas, mejorar el conocimiento de la marca y satisfacer las necesidades del mercado. El conocimiento de la marca se lo hace a través de los anuncios y los eventos.
- Para mantener a los clientes satisfechos y vinculados a la empresa, se trabajará con conferencias gratuitas que se realizarán en la librería.
- La comunicación con los clientes es muy importante para lograr los objetivos de venta, los medios que se deben utilizar son fáciles de reconocer, dado que se sabe con certeza donde encontrar a los clientes, esto es en las iglesias y también se cuenta con una radio que pertenece a la Organización Adventista.
- Es necesario mejorar en la imagen externa e interna del punto de venta para que sea atractivo y pueda atraer a las personas, se procederá a remodelar la entrada, así como también se añadirán retículas para mejorar la apariencia de los pilares, y se añadirán mesas y sillas.

- Debido a que el producto no es de consumo masivo, es posible llegar a formar una base de datos con todos los clientes meta, con el objetivo de realizar estrategias de marketing relacional para así crear lazos entre la empresa y los clientes.
- Se sugiere la existencia de un buzón de sugerencias para obtener retroalimentación, o al atender en caja consultar en la base de datos cuál fue el último artículo comprado preguntarle qué le pareció.

REFERENCIAS

1. M. Aguilar/J. Burgos “Proyecto para la elaboración de un plan de marketing para la librería adventista SEHS en la ciudad de Guayaquil” (Tesis, Facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2006)
2. Naresh/Malhotra, Investigación de Mercados, (4ta. Edición, Prentice Hall)
3. P. Kotler, Dirección de Marketing, (10ma Edición Prentice Hall)
4. Jacques/Lambin, Marketing Estratégico, (3ra Edición, Mc Graw Hill)